

**PENGARUH COMMUNICATION, PERCEIVED EASE OF USE, SECURITY,
PERCEIVED RISK DAN TRUST TERHADAP REPURCHASE INTENTION
ONLINE FASHION PADA PELANGGAN E-COMMERCE
DI KOTA PONTIANAK**

Fiqih Auliza Burti¹

Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura

DOSEN PEMBIMBING 1

Dr. Hj. Juniwati., S.E., M.P.

Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura

DOSEN PEMBIMBING 2

Dr. Heriyadi., S.E., M.E.

Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variable penelitian yang mengacu pada Trust dan Repurchase Intention sebagai mana ditunjukkan pada judul sebagai berikut “Pengaruh Communication, Perceived Ease Of Use, Security, Perceived Risk Terhadap Trust dan Repurchase Intention Online Fashion pada Pelanggan E-Commerce Di Kota Pontianak”. Indonesia sendiri merupakan salah satu pasar teknologi paling menjanjikan di kawasan Asia terutama dalam penggunaan internet yang semakin luas dan telah mempengaruhi hampir seluruh bagian masyarakat, mulai dari cara mendapatkan informasi, pertemanan, hingga bisnis dan lainnya. Tanpa terkecuali dan tidak ketinggalan dari cara berbelanja barang dan jasa yang telah beralih dari gaya klasik menjadi online shopping untuk membeli barang melalui belanja online. Kondisi penggunaan online dalam aktivitas manusia terjadi seiring dengan perkembangan jaman yang semakin modern mendorong perubahan sistem, baik secara langsung maupun tidak langsung, seperti sistem perdagangan, cara bertransaksi dan sistem pemasaran. Dahulu membeli produk atau barang, pembeli dan penjual harus bertatap muka untuk memperoleh kesepakatan atau transaksi. Jangkauan penjual dan pembeli sangat terbatas. Terdapat banyak faktor yang menyebabkan seseorang untuk berbelanja online di situs Internet, mulai dari biaya yang murah, kualitas jenis barang, kepercayaan, fasilitas kemudahan transaksi, sampai dengan beberapa faktor lainnya. Faktor yang akan di uji pada penelitian ini adalah faktor communication, perceived ease of use, security, perceived risk terhadap trust dan repurchase intention online fashion pada pelanggan e-commerce yang ada di Kota Pontianak. Ruang lingkup penelitian ini adalah Pemasaran Online dan Perilaku Konsumen, khususnya aplikasi e-commerce di Kota Pontianak Kalimantan Barat. Penelitian ini merupakan penelitian survei, yaitu penelitian yang mengambil sampel secara langsung dari populasi melihat dari permasalahan yang diteliti, penelitian ini merupakan penelitian nonsol yang bertujuan untuk menganalisis hubungan dan pengaruh (sebab-akibat) dari dua atau lebih fenomena (Sekaran, 1992:21), melalui pengujian hipotesis. Cooper dan Schindler (2003:11), mengungkapkan bahwa penelitian yang mendasarkan pada teori atau hipotesis yang akan dipergunakan untuk menguji suatu fenomena yang terjadi digolongkan pada jenis penelitian eksplanatori (penjelasan). Penelitian eksplanatori melakukan studi terhadap hubungan

¹ Jl. Imam Bonjol, Pontianak, Kalbar, 78124. Email: fiqih_auliza@yahoo.com

antara dua atau lebih variabel, kemudian berusaha untuk menjelaskan fenomena yang terjadi. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda, perangkat lunak yang digunakan untuk analisis penelitian ini adalah menggunakan SPSS 17 dengan responden sebanyak 104 responden.

Kata Kunci : *Communicasi, Security, Perceived Risk, Perceived Ease Of Use, Trust, Repurchase Intention, Belanja Online Fashion dan Internet.*